



BAGAIMANA PEDAGANG PAKAIAN BEKAS BERTAHAN DAN MENINGKATKAN PENDAPATAN MEREKA?

Iqbal Jhonerik's Nurva Razaq¹, Erni Febrina Harahap^{2*}

^{1,2} Ekonomi Pembangunan – Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

*Corresponding author: Iqbaljhonerick7@gmail.com, ernifebrinaharahap@bunghatta.ac.id

Abstract

The fluctuating economic situation that occurs from year to year has given rise to people's creativity in seeking business opportunities, including selling used clothing that is still fit for use. This phenomenon continues to grow with increasing demand, resulting in increasingly fierce competition and a more competitive business environment. This requires adaptability and the development of relevant innovations and strategies to survive in the market. This study examines how traders can increase their income and survive in the market. The variables considered to be influential are capital, business location, product quality, working hours, and price. The method used is multiple linear regression with primary data collected directly from used clothing traders in Padang City and secondary data from related institutions and sources. Through an initial survey, it was found that there are approximately 62 respondents in Padang City who compete in this environment, registered and located in places considered permanent.

Keywords: *Used Clothing Trader, Capital, Location, Quality, Price*

Informasi Artikel

Diterima : 06/04/2026

Review Akhir : 02/06/2026

Diterbitkan online : 06/2026

PENDAHULUAN

Usaha perdagangan pakaian bekas adalah salah satu bentuk kegiatan bisnis yang umum dilakukan oleh masyarakat, dimana pakaian bekas yang diperdagangkan merupakan pakaian yang telah digunakan sebelumnya (Muzakkir et.al, 2021). Produk ini tidak sama dengan pakaian *reject* yang merupakan pakaian baru tetapi mengalami kecacatan produksi, seperti jahitan yang tidak rapi atau kancing yang tidak tepat. Di samping itu, ada juga pakaian bekas yang berasal dari beberapa negara contohnya Cina, Jepang, dan Korea yang sudah tidak terpakai dan kemudian dijual kembali oleh pihak terkait. Praktek perdagangan ini mencerminkan perubahan yang terjadi dalam industri pakaian dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memperoleh pakaian dengan harga yang lebih ekonomis, dan kesempatan bagi pedagang dalam mendapatkan keuntungan. Dengan biaya modal yang relatif rendah, pedagang dapat menjual pakaian bekas dan meraih margin keuntungan yang signifikan. Di sisi lain, konsumen tentu berharap mendapatkan apa yang dibutuhkan sesuai dengan yang

diharapkan dan dengan harga yang sesuai dengan pendapatannya. Penjualan pakaian bekas telah menjadi fenomena yang menarik di Kota Padang, sekaligus membuka peluang bisnis yang menguntungkan. Fenomena ini didorong oleh permintaan yang sangat besar terhadap pakaian bekas di pasaran. Dalam konteks ini, penjualan pakaian bekas tidak hanya menjadi fenomena sosial, tetapi juga memberikan potensi pertumbuhan yang menjanjikan dalam perdagangan pakaian bekas di kota Padang. Berdasarkan dari latar belakang dan fenomena diatas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak penjualan pakaian bekas terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas di kota Padang yang dimana penelitian ini menjelaskan pengaruh modal, jam kerja, lokasi usaha, dan kualitas produk yang dapat membuka wawasan dan mengatasi rasa takut seorang pengusaha pemula dalam memulai usaha dan meningkatkan pendapatan pedagang pakaian bekas di kota Padang.

Tabel 1. Jumlah Pedagang Pakaian Bekas di Kota Padang

No	Daerah	Total
1	Lubuk buaya	1
2	Tabing	2
3	Ulak Karang	3
4	Jl Suparman	2
5	Ujung Gurun	1
6	Jln Samudra	3
7	Pasar Raya	19
8	Andalas	5
9	Maransi	2
10	Siteba	2
11	Gunung Panggilun	8
12	Alai	4
13	Ampang	3
14	Pauh	3
15	Lubuk Begalung	1
16	Tarandam	2
17	Lubuk Minturun	1
	Jumlah	62

Sumber : Data lapangan 2025

Peneliti mencari data awal penelitian dan menemukan di beberapa titik lokasi yang disurvei seperti di toko thirft shop Padang diperoleh pendapatan rata-rata sebesar 12 juta perbulan, modal awal 25 juta, jam kerja sebanyak 10 jam, lokasi di Jalan Raya Siteba dengan kualitas produk bagus. Sementara di toko GA Thrift Gunung Panggilun memiliki pendapatan rata-rata 5 juta perbulan, modal awal 20 juta, jam kerja 15 jam, lokasi usaha Gunung Panggilun, kualitas produk sedang. Selanjutnya di toko Seep Second Store memiliki pendapatan rata-rata sebesar 10 juta perbulan, modal awal 30 juta, jam kerja 12 jam, lokasi usaha Gunung Panggilun, kuliatas produk bagus. Berikutnya peneliti ke toko Second Alai yang memiliki pendapatan rata-rata 8 juta perbulan, modal awal 20 juta, jam kerja 10 jam, lokasi usaha simpang Alai, dengan kualitas produk sedang. Berikutnya di toko Hunny Thrift Shop memiliki pendapatan rata-rata sebesar 7 juta perbulan, modal awal 15 juta, jam kerja 13 jam, lokasi usaha Gunung Panggilun, kualitas produk bagus. Dari data ini dapat dilihat bahwa setiap usaha yang dilakukan dengan sungguh-sungguh akan mendapatkan hasil walaupun hanya dengan usaha menjual pakaian bekas dan dapat juga menyerap lapangan kerja.

LANDASAN TEORI

Pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang ataupun jasa. Pendapatan atau dapat disebut dengan keuntungan ekonomi merupakan pendapatan total yang diperoleh pemilik usaha setelah dikurangi biaya produksi (Harahap, 2025). Pendapatan juga merupakan penerimaan bersih seseorang, baik berupa uang kontan maupun natura (barang yang sebenarnya). Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. (Suryananto, 2005) mengungkapkan bahwa, Pendapatan atau *income* dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Dan sektor produksi membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dengan harga yang berlaku di pasar faktor produksi. Pendapatan berbeda dengan penghasilan. Jika pendapatan (*revenue*) adalah pendapatan yang belum dikurangi biaya dan beban, sedangkan penghasilan adalah pendapatan bersih yang sudah dikurangi dengan beban dan biaya. Dalam rumus pendapatan dapat dinyatakan sebagai berikut: $\text{Pendapatan (Total Revenue/TR)} = \text{Harga (P)} \times \text{Kuantitas (Q)}$ merupakan jumlah barang atau jasa yang terjual. Jadi, pendapatan penjual diperoleh dari seberapa banyak jumlah barang yang terjual dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Salah satu faktor yang sangat penting dalam usaha perdagangan adalah modal. Modal berasal dari uang tabungan sendiri, kawan atau relasi, pinjaman barang dagangan, kredit bank, dan laba yang diperoleh.

Lokasi usaha juga sangat menentukan penjualan, yaitu tempat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja. Pemilihan dan penentuan lokasi usaha merupakan ilmu penyelidikan tata ruang kegiatan ekonomi. Pemilihan suatu lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha di masa yang akan datang. Pemilihan letak lokasi usaha harus strategis agar mudah dijangkau dan dikenali oleh konsumen. Lokasi adalah tempat pemacu biaya yang signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk meningkatkan maupun menghancurkan bisnis sebuah usaha (Tarigan, 2005). Berdekatan dengan pasar atau jalan raya yang ramai memiliki peluang yang besar untuk mendapatkan keuntungan.

Selanjutnya, jam kerja yang merupakan lamanya waktu yang digunakan untuk menjalankan usaha juga menentukan pendapatan yang diterima. Adapun jam kerja yang dimaksud adalah waktu yang digunakan pedagang pasar tradisional dalam menjajakan barang dagangannya setiap hari. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai jenis barang dagangan, kecepatan laku terjual barang dagangan, cuaca, layanan yang diberikan, dan kualitas barang. Peraturan mengenai Ketenagakerjaan telah diatur secara khusus dalam Undang-Undang No.13 tahun 2003 pasal 77 sampai pasal 85. Dimana, Pasal 77 ayat 1, UU No.13/2003 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja. Ketentuan jam kerja ini mengatur 2 sistem, yaitu: pertama, 7 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam 1 minggu; atau kedua, 8 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu. Pada kedua sistem jam kerja tersebut juga diberikan batasan jam kerja yaitu 40 (empat puluh) jam dalam 1 (satu) minggu. Apabila melebihi dari ketentuan waktu kerja tersebut, maka waktu kerja biasa dianggap masuk sebagai waktu kerja lembur sehingga pekerja atau buruh berhak atas upah lembur.

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen (Syahputra et al., 2022).

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha, 2008). Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut. Sedangkan menurut (Kotler, 2019) harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lain menimbulkan biaya.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara modal, lokasi usaha, jam kerja, kualitas produk, dan harga terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas kota Padang adalah analisis regresi linear berganda, dengan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = pendapatan pedagang pakaian bekas

B₀ = Konstanta

X₁ = modal usaha (rupiah)

X₂ = lokasi usaha

X₃ = jam kerja (jam)

X₄ = kualitas produk

X₅ = harga

ε = error

β₁, β₂, β₃, β₄ = koefisien untuk mengukur elastisitas hasil terhadap variabel X₁, X₂, X₃, X₄, dan

X₅

Analisis data ini dilakukan setelah melihat karakteristik responden, dan uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Response rate merupakan tingkat tanggapan responden atas kuesioner yang sudah diedarkan kepada 62 pedagang pakaian bekas di Kota Padang. *Response rate* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Response Rate

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang diedarkan	62
Kuesioner dikembalikan	45
Kuesioner tidak diisi	17
Total Kuesioner diisi dengan lengkap dan dianalisa	45
Response rate (45/62)*100%	72,58%

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah kuesioner yang diedarkan yaitu sebanyak 62 eksemplar, namun hanya 45 kuesioner yang diisi dengan lengkap. Berdasarkan hasil survei peneliti, 17 responden lainnya tidak mengisi dikarenakan 7 toko dimiliki oleh pemilik yang sama, 5 toko sudah tutup dan 5 toko lainnya tidak berkenan mengisi kuesioner tersebut. Dengan demikian jumlah kuesioner yang siap untuk dianalisa 45 unit, sehingga *response rate* yang diperoleh adalah 72,58%.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Demografi	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	32	71.1
	Perempuan	13	28.9
	Jumlah	45	100
Umur	< 23 – 27	2	4.4
	28 – 32	10	22.2
	33 – 37	8	17.8
	38 – 42	11	24.4
	> 42	14	31.1
	Jumlah	45	100
Pendidikan	SD – SMP	1	2.2
	SLTA	27	60
	Perguruan Tinggi	17	37.8
	Jumlah	45	100
Status	Kawin	32	71.1
	Belum Kawin	11	24.4
	Janda	1	2.2
	Duda	1	2.2
	Jumlah	45	100
Lama Kerja (Tahun)	< 3	33	73.3
	4 – 7	8	17.8
	8 – 11	4	8.9
	Jumlah	45	100
Kegiatan Usaha	Bekerja Sendiri	19	42.2
	Dibantu anggota keluarga tanpa upah	4	8.9

	Dibantu keluarga dengan upah	3	6.7
	Buruh dengan upah	18	40.0
	Jumlah	45	100
Sumber Modal	Sendiri	41	91.1
	Pinjaman Bank	3	6.7
	Lainnya	1	2.2
	Jumlah	45	100

Sumber : Data Lapangan (2025)

Tabel 3 menyimpulkan karakteristik responden dari beberapa kategori yang digunakan.

Tabel 4. Uji Normalitas

		Unstandardize d Residual	
N		45	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	17.07866209	
Most Extreme Differences	Absolute	.116	
	Positive	.116	
	Negative	-.092	
Test Statistic		.116	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.159	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.138	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.129
		Upper Bound	.146

Hasil pengujian pada tabel 4 diatas dengan pengolahan SPSS 27 didapat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,159 dengan signifikan > 0,05 dapat dikatakan data tersebut terdistribusi secara normal.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Modal	.968	1.033
	Lokasi_usaha	.842	1.188
	Jam_kerja	.838	1.193
	Kualitas_produk	.957	1.045
	Harga	.941	1.063

a. Dependent Variable: Pendapatan

Tabel 5 dapat dilihat bahwa variabel independen memiliki nilai VIF dibawah 10. Dari hasil SPSS diatas dapat disimpulkan bahwa independen dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas sehingga proses pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

Tabel 6. Uji Heteroskedstisitas

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-9.704	22.112		-.439	.663
	Modal	-7.770E-9	.000	-.169	-1.531	.134
	Lokasi_usaha	.634	1.086	.069	.584	.563
	Jam kerja	-.246	.466	-.063	-.528	.600
	Kualitas produk	3.508	1.626	.240	2.158	.307
	Harga	-3.547E-9	.420	-.728	-6.499	.12

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel 6 diatas diketahui bahwa nilai Sig menghasilkan nilai yang besar dari 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan terbebas dari heteroskedasitas. Seluruh uji asumsi klasik yang dilakukan menunjukkan bahwa analisis data yang digunakan dapat dilanjutkan untuk menguji model persamaan yang sudah ditampilkan di metode. Sehingga hasil analisis regresi linear berganda yang menggambarkan pengaruh variable independen terhadap dependen (pendapatan pedagang pakaian bekas) dapat dilihat di table 7 berikut :

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	73.611	65.281		.975	.936
	Modal	2.728	.000	.233	1.986	.049
	Lokasi usaha	3.090	2.715	.140	1.113	.034
	Jam kerja	3.590	1.166	.385	3.054	.004
	Kualitas produk	4.507	4.065	.131	1.110	.021
	Harga	5.009	.000	.454	3.818	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Pengolahan data statistik SPSS versi 27, 2025

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa semua variable bebas yang digunakan seperti modal, lokasi usaha, jam kerja, kualitas produk, dan harga semua berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas di kota Padang. Artinya apabila modal, lokasi usaha, jam kerja, kualitas produk dan harga meningkat maka pendapatan pedagang juga akan meningkat. Ini menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan para pedagang dapat mencukupi kebutuhannya dan keluarga, sehingga mereka mampu bertahan apabila yakin dan selalu bersungguh-sungguh dengan usahanya.

KESIMPULAN

Modal, lokasi usaha, jam kerja, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas di kota Padang. sebesar $0.049 < \alpha = 0.05$ yang artinya modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang bekas di Kota Padang. Artinya apabila modal, jam kerja, kualitas produk meningkat, maka pendapatan pedagang juga meningkat. Apalagi didukung dengan lokasi usaha yang strategis dan harga yang kompetitif. Hal ini juga akan memotivasi para pedagang untuk meningkatkan usahanya dan dengan berkembangnya usaha tersebut akan memberikan manfaat yang luas terhadap lingkungan sekitarnya dengan memberi kesempatan kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, Martaseli, E., & Noor, I. (2022). Effect of Capital, Location, and Hours of Work on the Income of Surade Traditional Market Traders, Sukabumi Regency. *Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi*, 6(3), 223–237. <http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/jasa>
- Aisyah, S., & Zulfi Qadri, M. (2019). Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jam Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar. *Jurnal EcceS (Economics, Social, and Development Studies)*, 6(3), 18–35.
- Algifari. (2013). *Statistika Deskriptif Plus (Edisi revisi Cetakan kedua)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Andjarwati, Tri, Endah Budiarti, and Muhamad Yasin. (2022). Analysis Of The Effect Of Business Capital And Working Hours On Msme Income In Surabaya City (case study of a coffee shop in Sukolilo sub-district). *Jurnal Ekonomi* 11.01: 473-478.
- Atun, N. I. (2016). Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 318–325. <http://harianjogja.com>
- Farida, A. S. (2011). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung: Pustaka Setia. hal 157
- Fata, Z. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Batik (Studi Kasus Di Pasar Klewer, Solo, Jawa Tengah). *Jurnal Ekonomi Pembangunan UNS*.
- Firdausa, R. A. (2013). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Pasar Bintoro Demak. *Diponegoro Journal of Economics*. Vol. 2 No. 1, 1-6.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP. 100-103
- Harahap, E. F., & Rahul Guskar Hadi Wijaya. (2025). Analysis of Consumer Loyalty in the Household Laundry Industry in Padang City. *International Journal Of Management And Economics Invention*, 11(12), 4894–4901. <https://doi.org/10.47191/ijmei/v11i12.05>
- Harahap, E. F., Rahmi, S., Amelianda Putri, W., & Basri Tanjung, R. (2026). Padang City's Leading Creative Industry: Increasing Competitiveness In The Asian Market. *Gorontalo Development Review*, 9(1), 52–64. <https://doi.org/10.32662/golder.v9i1.4635>
- Harahap, Erni Febrina (2025). *Ekonomi Mikro (Teori, Analisis, dan Aplikasi dalam Keputusan Ekonomi)*. Queen Pustaka Nusantara. ISBN. 978-634-04-6122-0.
- Harahap, Erni Febrina, (2017). Analysis of Determinants of Income and Efforts to Improve the Welfare of Street Vendors in Padang City, *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.9, No.3, 2017, www.iiste.org
- Harahap, Erni Febrina., A. Heri Iswanto, Delipiter Lase, Rizqi Putri Nourma Budiarti, Sritrusta Sukaridhoto (2024). Using Support Vector Machines for Classification Datamining on International Trade Price Index Data. *International Conference on Environmental, Mining, and*

Sustainable Development 2022 AIP Conf. Proc. 3001, 110001-1–110001-8; <https://doi.org/10.1063/5.0183902>. Published by AIP Publishing. 978-0-7354-4850-6/\$30.00. 110001-1 - 110001-8. Research Article| February 21 2024.

Hastin, Mira., Erni Febrina Harahap., Kasman Karimi (2026). Does investment really drive local economic growth? Evidence from a non-metropolitan Indonesian city. *Journal of Advanced Sciences and Mathematics Education*. Volume 6, Issue 1, 144-157. e_ISSN: 2798-2351. DOI: 10.58524/jasme.v6i1.1093.

Herman, H., & Harwina, Y. (2023). Analysis of Factors Affecting The Income of Street Trader. *Asean International Journal of Business*, 2(2), 205–213. <https://doi.org/10.54099/aijb.v2i2.643>

Husain, M. N., Harahap, E. F., Bachtiar, Y. C., Diawati, P., & Santos, E. R. (2023). The sustainability development dilemma in green public relations: part of CSR failure?. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(3), 759-778. Vol 7; Ed 3, Nov 2023, P. 759-778. DOI: <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i3> Published 30-11-2023

I Komang Adi Wirawan, K. S. & I. B. P. P. (2015). Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Sektor Industri Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Udayana*, 4(1), 01–21.

Irawan, H., & Ayuningsasi, A. A. K. (2017). Analisis Variabel yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Kreneng Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(10), 1952-1982. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/32891>

Jaya, R., Machfud, Raharja, S., & Marimin. (2014). Analisis dan mitigasi risiko rantai pasok kopi Gayo berkelanjutan dengan pendekatan fuzzy. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 24(1), 61-71.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*. England: Pearson Education Limited. 43-45

Ma'arif, S. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2), 1–8.

Mahardhani AJ, Setiawan Z, Harahap EF, et al. (2024). Assessing the impact of supporting facilities on the development of halal tourism: A bibliometric review. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*. 8(11): 8286. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i11.8286>

Mamonto, D. P. W., Engka, D. S. ., & Tumangkeng, S. Y. L. (2023). Analisis Pendapatan Pedagang Tradisional Di Pasar Pinasungkulan Karombasan Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(1), 121–132.

Marpaung, N., & Manurung, R. K. (2023). The Effect of Dual Pricing and Promotional Strategies on Traders Income in Tourism Villages, Samosir Regency. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1775–1790. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i5.5529>

Muhyidin, NT., Gunawan, E., et.al (2025). *Menyongsong Indonesia Emas Tahun 2045: Daya Dukung SDM dan SDA, Hambatan dan Jalan Keluar*. USK Press. ISBN. 978-634-7262-50-9.

- Mukhlis, A. (2021). Factors That Affect the Income of Small Traders in the Area of the Tomb of the Hero and Studion Maulana Yusuf Serang City. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(1), 63–70. <https://doi.org/10.53067/ije3.v1i1>
- Mulyani, A., & Muzakkir, A. (2021). *Motivasi Konsumen Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram. JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(3), 200–211. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i3.2114>
- Nurlaila, H. (2017). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72–86.
- Rizqi, Erlangga Alva., et.al (2026). Employee selection automation using decision support system: An approach of neural networks. *AIP Conf. Proc.* 3337, 030043 (2026). <https://doi.org/10.1063/5.0307928>, Research Article| January 05 2026.
- Saputri, Ganis Yuni, and Fitrah Sari Islami. "Analisis dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Bobotsari." *Jurnal Paradigma Multidisipliner* 2.2 (2021): 474116.
- Sari, Pipi. (2021) "Pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan". *Jurnal Misi* 4.3.
- Sudiyasa, I. M., Wiratmaja, I. B. N., Murthi, N. W., & Djayastra, I. K. (2023). THE *The Influence of Capital, Labor and Length of Business on Traders' Income in the Beringkit Animal Market Badung Regency. Social Science Academic*, 1(2), 481–492. <https://doi.org/10.37680/ssa.v1i2.3934>
- Sugioyono, 2011, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabet. 125-127
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada.75-77
- Syahputra, A., Ervina, E., & Melisa, M. (2022). *Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183–198. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3498>
- Tarigan, R. (2005). *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.146
- Utami, Setyaningsih Sri & Edi Wibowo. (2013). *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan dengan lama Usaha sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta)*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Volume 13 No. 2. Hal 175-179. Surakarta: Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
- Wiradharma, S. (2015). *Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Tingkat Inflasi, nilai kurs rupiah dan Produk Domestik Bruto terhadap Return Saham*. E-jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 6, 2016: 3392-3420. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.
- Wirawan, I. Komang Adi, Ketut Sudibia, and Ida Bagus Putu Purbadharmaja. (2015). "Pengaruh bantuan dana bergulir, modal kerja, lokasi pemasaran dan kualitas produk terhadap pendapatan

pelaku UMKM sektor industri di Kota Denpasar." E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

Zefri Efdison, Anggil Nopra Lova, Yelnim, Y., Dorris Yadewani, & Erni Febrina Harahap. (2023). *Pengaruh harga dan kualitas produk pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di kopi nur. JISOS: jurnal ilmu sosial, 1(12), 1293–1304.*